

COBRAR POR LA  
INFORMACIÓN  
¿POR QUÉ NO?

## UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN DE AIMPLAS.

INSTITUTO TECNOLÓGICO  
DEL PLÁSTICO



		1

1,  
AIMPLAS. Edificio de  
Documentación.

(\*) La Unidad de  
Documentación de  
AIMPLAS fue creada  
en 1991 y en la  
actualidad forman  
parte de ella:  
Amparo Beltrán  
Nebot (técnica),  
Carolina Salinas  
Pardo y Jesús Latorre  
Zacarés  
(Responsable)

2,  
Para AIMPLAS el  
acceso a la  
información es un  
activo más cuyo coste  
debe ser amortizado  
a través de la venta  
de servicios  
informativos. La  
Unidad de  
Documentación se  
encarga de gestionar  
esta información.

■ Jesús Latorre Zacarés. AIMPLAS Instituto Tecnológico del Plástico. Responsable Unidad de Documentación (\*)  
jlatorre@aimplas.es - [www.aimplas.es/servicios/documentación/index.html](http://www.aimplas.es/servicios/documentación/index.html)

### Los departamentos de Documentación en los Centros Tecnológicos actúan como unas unidades de negocio más

Al inicio del presente artículo, me gustaría precisar que el mismo está escrito desde mi experiencia profesional en la Unidad de Documentación de AIMPLAS Instituto Tecnológico del Plástico (Paterna-Valencia) y con la intención de generalizar, lo máximo posible, para exponer el caso del colectivo formado por los departamentos de Documentación de los centros tecnológicos.

En el desarrollo del presente artículo esbozaré la estrategia que desde AIMPLAS hemos seguido para la comercialización de nuestros servicios de información.

### ANTECEDENTES

En el ánimo a la hora de crear un Centro Tecnológico, como en el que trabajo, está por encima de todo el de servir al tejido industrial (en mi caso a la industria de los materiales plásticos) proveyéndole de herramientas que aumenten su competitividad a través de la Investigación, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I+D+I). La Comisión Europea ya identificó hace años como una de las barreras de esta deseable competitividad de nuestras empresas (PYME especialmente) la del acceso a la información técnica. Por tanto, en la estrategia del Centro Tecnológico el acceso a la información se convierte en un activo más cuyo coste debe ser amortizado a través de la venta de servicios de información caracterizados por su especialización y máxima actualización.

En definitiva, y con la prudencia que exige toda generalización, esta sería la lógica de negocio que se nos impone a los departamentos de Documentación de los centros tecnológicos.

### INFORMACIÓN “ECONÓMICAMENTE ÚTIL”

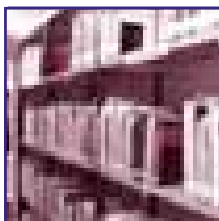
Evidentemente, la empresa cuando decide comprar información no compra cualquier tipo de información, tan sólo está interesada en aquella que le va a reportar beneficios económicos. En definitiva la que se ha dado en llamar la “información económicamente útil”. Por tanto, ya sabemos que sólo este tipo de información será la que pueda venderse.

A partir de esta premisa y como fruto de la experiencia o de un análisis previo, los departamentos de Documentación diseñan sus servicios de información, que en el caso particular de AIMPLAS han sido clasificados en 5 grandes áreas:

- .- Información bibliográfica (artículos técnicos, monografías, ponencias, congresos, etc.).
- .- Información referida a normas técnicas (nacionales, internacionales e industriales).
- .- Información legislativa (autonómica, nacional, comunitaria e internacional).
- .- Información económico-comercial (localización de empresas, precios materia primas, fichas técnicas de productos, etc.).
- .- Información sobre propiedad industrial (patentes, marcas y diseños).

Atendiendo, por tanto, a estas áreas se ofrece una “parrilla” de servicios que, como ya ha sido apuntado anteriormente, se caracterizan por su máxima actualización y especialización.





COBRAR POR LA  
INFORMACIÓN  
¿POR QUÉ NO?

AIMPLAS basó su estrategia de servicios de información técnica en unificar el 80% de los mismos bajo la marca: **Sistema de Vigilancia Tecnológica (SVT)**. El SVT es un modelo ampliamente estudiado, analizado y del cual existen multitud de ejemplos, pero del que AIMPLAS creó una versión muy propia basada en:

- .- 5 Servicios de Alerta (entre ellos Plastwatch realizado con tecnología propia basada en agentes inteligentes).
- .- 3 servicios de Difusión Selectiva de la Información (DSI).
- .- Servicio de realización de informes del Estado del Arte.
- .- Informes de Vigilancia Tecnológica.
- .- Informes del Estado de la Técnica sobre patentes.

Todos ellos caracterizados por estar hechos a medida y personalizados (me niego a emplear la palabra "customizados") para nuestros clientes infiriéndoles gran valor añadido. Este valor añadido, es en definitiva, el argumento que esgrimimos para fijar su precio (evidentemente, siempre elevado desde la óptica de la empresa).

De igual forma, hemos procurado crear productos de información que tuvieran gran impacto en nuestro sector y que nos posicionaran como un referente en el mundo de la información técnica. Tales productos son: la base de datos "legislación al día" y el cd-rom sobre plásticos en contacto con alimentos. Ambos, altamente especializados, llenan el vacío existente en España sobre este tipo de información. Finalmente, AIMPLAS mantiene otros servicios tales como; "Archivo Digital" (con escaso éxito pero con grandes posibilidades de proyección en el futuro), localización de documentos técnicos (artículos científicos, normas, legislación, etc.), realización de informes técnicos referidos a requisitos legislativos, nuevas aplicaciones o sobre materiales, etc.

### I+D+I: UNA EXIGENCIA CONSTANTE DE CALIDAD EN LA INFORMACIÓN TÉCNICA

Junto con la prestación de Servicios Tecnológicos (ensayos/análisis, asesoramiento en calidad y medio ambiente, formación, información, etc.), los centros tecnológicos dedican un porcentaje alto de su actividad a la investigación aplicada, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I+D+I). Ello ha supuesto un revulsivo importante para sus departamentos de Documentación, que han debido planificar la adquisición de recursos para la realización de Estados del Arte y de la Técnica que llegaran a precisar si la realización de un proyecto de I+D+I era viable o no. Así el Departamento de Documentación se convierte en un actor más dentro de la política de I+D+I del Centro Tecnológico, puesto que del resultado de su búsqueda (el documentalista trabaja conjuntamente con un técnico) dependerá el desarrollo o no del proyecto. En el caso de AIMPLAS la exigencia interna de realizar Estados del Arte y de la Técnica ha supuesto la creación de este mismo servicio para las empresas. Quizás sea el que más valor añadido contenga de los ofrecidos, pues conjuga la destreza en la búsqueda de información de un documentalista con el análisis técnico de un profesional especializado en materiales plásticos. El resultado para el cliente es un producto de información estratégico.

Finalmente, la "obsesiva" necesidad de contar con fuentes de información altamente especializadas y de máxima actualidad para llevar a cabo estos servicios ha hecho que desde septiembre de 2003 contemos con una nueva estrategia de acceso a fuentes de información donde se descartan soportes como el cd-rom o similares y nos surtiremos exclusivamente de recursos en-línea.

3	
	4

3,4,  
La Unidad  
Documental de  
AMPLIAS, concebida  
como una unidad de  
negocio, cuenta con  
clientes externos  
(empresas  
mayoritariamente) e  
internos (el resto de  
Departamentos del  
Centro Tecnológico).





## COBRAR POR LA INFORMACIÓN ¿POR QUÉ NO?

### NUESTROS COMPAÑEROS, NUESTROS CLIENTES. POLÍTICA DE PRECIOS

La particularidad de nuestros Departamentos de Documentación hace que tengamos clientes externos (empresas mayoritariamente) e internos (el resto de Departamentos del Centro Tecnológico). En el caso del cliente interno, es importante cuantificar lo que supone este trabajo no facturado, como forma de justificar el papel del Departamento de Documentación dentro de la Organización. Así en el caso de AIMPLAS se lleva un registro de los trabajos realizados internamente (un 45% aproximadamente del total) como si de auténticos clientes externos se tratarán, como base de los argumentos que después serán utilizados ante la Dirección en futuras negociaciones. Es importante destacar, en primer lugar, que nuestros clientes internos reciben exactamente los mismos servicios que los externos y, en segundo lugar, que nuestros compañeros han sido "formados" para utilizar nuestros servicios lo que provoca el alto número de solicitudes.

Los servicios que han ido exponiéndose a lo largo del artículo forman parte de los ingresos por facturación directa que recibe el Departamento de Documentación (en el caso de AIMPLAS aproximadamente un 30-35% del total). El resto de los ingresos vienen por la participación del Departamento en proyectos tal y como se expone en el siguiente apartado.

Finalmente, las tarifas vienen marcadas por el análisis de coste realizado desde los departamentos de contabilidad. Teniendo en cuenta que el Departamento de Documentación (junto con el de Formación) es una puerta natural para el entrada de clientes al resto del Centro, la Dirección establece, en ocasiones, una peculiar política de precios que lleve a ofertar servicios gratuitos.

Una última puntualización. Debido a que los centros tecnológicos tenemos empresas asociadas (400 en el caso de AIMPLAS) éstas, por lo general, acceden a descuentos a la hora de contratar los servicios que en el caso de AIMPLAS son de un 30%.

### PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE I+D+I

Se apuntaba anteriormente como la vía de ingresos mayoritaria (un 65-70% sobre el total de la facturación anual) la participación en proyectos. Participación que puede ser directa si el Departamento gestiona y coordina sus propios proyectos, o bien indirecta cuando el Departamento ha sido designado por otros para realizar alguna de las fases del proyecto (el Estado del Arte generalmente). La tipología de proyectos que realizamos apuntan en dos direcciones:

- .- para la realización de productos de información de creación propia (cd-roms, bases de datos, etc.) de gran valor añadido, alguno de los cuales ya fue apuntado al inicio del presente artículo.
- .- para la puesta en marcha de servicios de información con participación directa de empresas tales como implantaciones de sistemas de gestión documental, vigilancias tecnológicas, etc.

### CENTROS DE DOCUMENTACIÓN PRIVADOS vs BIBLIOTECAS PÚBLICAS

El enunciado de esta parte del artículo no invita, como podría pensarse, a la comparación entre dos modelos de acceso a la información y servicio al cliente/usuario. Sino, muy al contrario, invita a la compenetración y a resaltar las afinidades de ambos.

Sabemos, en definitiva, lo que nos separa, pero quizás nos sorprenda saber lo que nos une. Así, y siempre desde mi óptica personal, ambos modelos tenemos un interés especial en satisfacer a nuestros clientes/usuarios. Al fin y a la postre es la base de todo "negocio".

Así, ambos modelos tienen gran capacidad de influencia sobre sus clientes/usuarios a la hora de utilizar la información suministrada como herramienta de decisión (aunque a escalas muy diferentes y con implicaciones económicas radicalmente distintas).

Los profesionales de ambos modelos, pertenecemos al mismo colectivo de bibliotecarios, archiveros y documentalistas creando ininidad de potenciales sinergias que debemos saber encauzar. Ambos modelos gozamos de unos profesionales preparados y en líneas generales motivados (no tengo un conocimiento profundo del nivel de conflictividad laboral de nuestro colectivo).

Quizás sea el momento de aunar esfuerzos buscando vías de colaboración de los que sean beneficiarios en última instancia la sociedad civil. En nuestras manos está.

Finalmente, disculpas por la osadía de hacer valoraciones y/o apreciaciones sobre el modelo de bibliotecas públicas, el cual desconozco profesionalmente y del que sólo formo parte como usuario o cliente.

5,

- ▼ La Unidad de Documentación de AMPLIAS, Instituto Tecnológico del Plástico, ofrece unos servicios que se caracterizan por su máxima actualización y especialización.

